

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KUALITAS LAYANAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
PRODUK SHAMPO CLEAR DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

FATRA GALIH DAMAR PERMADI
NIM: 2013210505

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2017**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KUALITAS LAYANAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
PRODUK SHAMPO CLEAR DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

FATRA GALIH DAMAR PERMADI

NIM : 2013210505

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

on Tanggal : **24-08-2017**



(Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog)

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PRODUK SHAMPO CLEAR DI SURABAYA

Disusun oleh

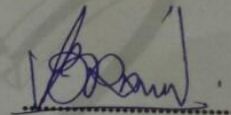
FATRA GALIH DAMAR PERMADI

NIM : 2013210505

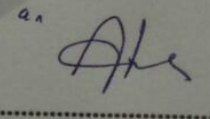
Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 30 Agustus 2017

Tim Penguji

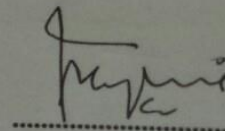
Ketua : Dr. Basuki Rachmat, S.E., MM



Sekretaris : Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog



Anggota : Dra. Ec. Emma Julianti, S.E., MM



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fatra Galih Damar Permadi
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 27 Februari 1996
N.I.M : 2013210505
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Niat Beli Konsumen Produk Shampo Clear di Surabaya.

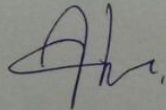
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing

Tanggal : 26 - 09 - 2017

an Tanggal : 26 - 09 - 2017



(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)

(Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog)

MOTTO

**“TIDAK ADA YANG SIA-SIA KETIKA
BERJUANG
KARENA SETIAP ORANG TERLAHIR
SEBAGAI PEMENANG”**



PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada ALLAH SWT, atas segala nikmat, karunia, kemudahan, serta kelancaranNya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang penuh dengan perjuangan.

Karya tulis ini aku persembahkan untuk:

KEDUA ORANG TUA KU (AYAH DAN MAMA)

Terimakasih atas do'a dan semangat nya serta support secara moril dan materi yang tidak pernah berhenti dari aku kecil hingga saat ini bisa menyelesaikan pendidikan kualiahku dan pada akhirnya aku bisa meraih gelar sarjana. Pengorbanan kalian sungguh luar biasa buatku, sampai kapanpun aku tidak bisa membalas jasa kalian yang kuanggap sebagai pahlawan bagiku. Sehat selalu dan panjang umur ya "MAMA" "AYAH" sampai bisa melihat aku meraih sukses dan untuk membanggakan kalian serta keluarga.

ORCHI DEA PUTRI PRAMISWARI

Kamu adalah wanita kedua setelah mama yang hadir di hidupku yang selalu bisa support aku dengan cara yang sederhana tapi cukup berkesan. Terimakasih banyak ya sayang di tahun ini hadir di hidupku, kamu yang selalu mengingatkan aku saat aku mulai males, sudah menemani aku dari awal pengerjaan skripsi sampai akhirnya aku dinyatakan lulus, terimakasih juga buat sureprisenya yang buat aku seneng banget. Tunggu aku kerja dan ngumpulin uang buat masa depan kita nanti. Maaf aku banyak salah dan sering buat kamu repot bantu aku mengerjakan skripsi. I Love You So Much My lovely, longlast.

KELUARGA BESAR

Keluar besarku yang juga selalu memberi semangat, motivasi, dan pengertian nya selama pengerjaan skripsi ini. Mohon maaf jika selama ini saya banyak merepotkan kalian dan mohon maaf juga khususnya untuk CV. Supartika Mulyo tidak bisa bergabung lagi karena fokus untuk menyelesaikan skripsi ini.

TEMAN TEMAN SEPERJUANGAN

WIDYANA, REISY, PAUFI, WILDAN, DHELIMA, PAUFI, AMEL terimakasih banyak ya rek, kalian keren, solid, kompak, tanpa kalian mungkin saya tidak bisa menyelesaikan skripsi ini dan belum tentu bisa merayakan suasana kelulusan. Maaf kalau selama kuliah ini banyak salah, sering merepotkan kalian, dan sering sambat. Terimakasih juga buat teman “sedredegan” DODO RUSIADY akhirnya bisa sidang bareng dan lulus setelah proses menunggu jadwal yang tidak keluar-keluar. Pokoknya kalian semua luar biasa terbaik walaupun banyak bercanda tapi itu semua terbayar dengan gelar Sarjana yang sudah kita miliki. Kenangan yang selalu aku ingat selama 4 tahun ini. Sukses selalu teman untuk karir dan semuanya, Tetap membumi dan kompak seterusnya.

PEJUANG SENYUM

TOFAN, FAJAR, HARIS, FENDY, WENDY, RAMON, EKY, HAPIS terimakasih banget buat bercandanya, motivasi, do’a, dan semua bantuannya selama pengerjaan skripsi ini. Kalian sudah membuat skripsi ini berasa kopi karena hampir setiap hari kita begadang sambil menikmati kopi dan membantu saya mengerjakan skripsi. Maaf kalau juga sering mengabaikan ajakan kalian untuk kumpul bersenang-senang karena terlalu fokus untuk menyelesaikan skripsi ini. Semangat kalian keren, semoga satu persatu dari kita meraih semua apa yang kita inginkan dan meraih kesuksesan seperti yang sudah kita cita-citakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, serta karunia-nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Persepsi Kualitas, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Niat Beli konsumen produk shampo Clear di Surabaya.

Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu selama menjalani proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini kepada yang terhormat :

1. Ibu Laila Saleh Marta',S.Psi., M.MT., Psikolog., selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa dengan penuh pengertian dan kesabaran telah menyediakan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing penelitian ini
2. Ibu Dr. Muazaroh S.E., M.T., selaku Ketua Program studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya
3. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin., selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
4. Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M., selaku Dosen Wali
5. Kedua orang tua dan Keluargaku yang selalu memberi do'a serta dukungan

Penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan pembaca bisa memberikan masukan yang bersifat membangun sehingga bisa menyempurnakan proposal ini agar bisa berguna bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, September 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	18
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Batasan Penelitian	30
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.6 Instrumen Penelitian	37
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	39
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	39
3.9 Teknik Analisis Data	41
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	48
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	48
4.2 Analisis Data	54
4.3 Pembahasan	78

BAB V	PENUTUP	83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Keterbatasan Penelitian	83
5.3	Saran	84
DAFTAR RUJUKAN		87
LAMPIRAN		89



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Tabel Top Brand Index Shampo 2014 – 2016	3
Tabel 2.1	: Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat ini	18
Tabel 3.1	: Kisi-kisi Pertanyaan/Pernyataan Kuesioner	38
Tabel 3.2	: Kriteria Pengambilan Keputusan Autokorelasi	44
Tabel 4.1	: Hasil Uji Validitas Instrumen Sampel Kecil	49
Tabel 4.2	: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Sampel Kecil	51
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.5	: Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian Shampo	54
Tabel 4.6	: Interval Kelas Untuk Pernyataan Positif	56
Tabel 4.7	: Interval Kelas Untuk Pernyataan Negatif	57
Tabel 4.8	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas	57
Tabel 4.9	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	59
Tabel 4.10	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	62
Tabel 4.11	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli	65
Tabel 4.12	: Hasil Uji Validitas Instrumen Sampel Besar	67
Tabel 4.13	: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Sampel Besar	69
Tabel 4.14	: Hasil Analisis Uji Multikoleniaritas	70
Tabel 4.15	: Cara Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	71
Tabel 4.16	: Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.17	: Durbin Watson Test Bound	71

Tabel 4.18 :	Hasil Autokorelasi	72
Tabel 4.19 :	Hasil Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.20 :	Uji T (Uji Partial)	76
Tabel 4.21 :	Uji F (Uji Bersama-sama)	78
Tabel 4.22 :	Koefisien Determinasi (R^2)	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran Jurnal Poh K. Tee <i>et al</i> (2015)	13
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran Jurnal Rashid Zaman (2014)	14
Gambar 2.3	: Kerangka Pemikiran Jurnal Evans Mambu (2015)	16
Gambar 2.4	: Kerangka Pemikiran Nasreen Khan <i>et al</i> (2015)	17
Gambar 2.5	: Kerangka Pemikiran Fatra Galih Damar Permadi (2017)	29
Gambar 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Gambar 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Gambar 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian Shampo Satu Bulan	55
Gambar 4.4	: Uji Normalitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	:	Tabulasi Data Responden
Lampiran 3	:	Tabulasi Skor Responden
Lampiran 4	:	Analisis Deskriptif
Lampiran 5	:	Hasil Uji Validitas
Lampiran 6	:	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 7	:	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	:	Hasil Regresi Linier Berganda
Lampiran 9	:	Tabel Durbin Watson
Lampiran 10	:	Jadwal Penulisan Skripsi



**THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY, SERVICE QUALITY,
AND BRAND IMAGE OF CONSUMER PURCHASE INTENTION
SHAMPO CLEAR PRODUCT IN SURABAYA**

Fatra Galih Damar Permadi
STIE Perbanas Surabaya
Email : permadigalih1@gmail.com

ABSTRACT

Shampoo Clear is one of the largest shampoo products in Indonesia that has high sales. The purpose of this research is to know whether Perceived Quality, Service Quality, and Brand Image have significant influence to Consumer Purchase Intention of Clear shampoo product in Surabaya. The sample chosen in this study using judgment sampling technique and amounted to 140 respondents. Data collection methods use primary data by distributing questionnaires. The results of the questionnaire is then processed using SPSS software version 16. Data analysis techniques using Multiple Linear Regression Analysis. Based on the research that has been done, the results show that Quality Perception, Quality of Service, and Brand Image together have a significant positive influence on Buying Consumers intentions.

Keyword : Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision.

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, KUALITAS LAYANAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
PRODUK SHAMPO CLEAR DI SURABAYA**

Fatra Galih Damar Permadi
STIE Perbanas Surabaya
Email : permadigalih1@gmail.com

ABSTRAK

Shampo Clear adalah salah satu produk shampo terbesar di Indonesia yang memiliki penjualan tinggi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Persepsi Kualitas, Kualitas Layanan, dan Citra Merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Niat Beli konsumen produk shampo Clear di Surabaya. Sampel yang dipilih pada penelitian ini menggunakan teknik judgement sampling dan berjumlah 140 responden. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner. Hasil dari kuesioner tersebut kemudian diolah menggunakan software SPSS versi 16. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Persepsi Kualitas, Kualitas Layanan, dan Citra Merek secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap Niat Beli konsumen.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas, Kualitas Layanan, Citra Merek, Niat Beli